

# СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.92:658.114

**Т. М. Циганкова**, д-р екон. наук,  
завідувач кафедри міжнародної торгівлі,  
**О. О. Євдоченко**, канд. екон. наук, старш. викл.,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## БІЗНЕС-АСОЦІАЦІЇ В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНА

Стаття присвячена дослідженню особливостей сучасних моделей діяльності бізнес-асоціацій та напрямам їх взаємодії з урядами в сфері розвитку міжнародної економічної діяльності. Особливу увагу приділено бізнес-асоціаціям в Україні та їх ролі в сприянні розвитку малого та середнього підприємництва в сучасних умовах інтеграції країни у світову економіку.

**Ключові слова:** бізнес-асоціації, міжнародна економічна діяльність, моделі діяльності бізнес-асоціацій.

У більшості країн світу бізнес-асоціації є показником спроможності суспільства до самоорганізації, захисту своїх прав і представлення своїх інтересів. Саме тому розвитку та підтримці бізнес-асоціацій приділяється велика увага як з боку держави, так і з боку громадськості.

У різних регіонах стиль та конкретні методи роботи бізнес-асоціацій відрізняються, що обумовлено параметрами відповідних економічних систем, основні риси яких визначають особливості культурно-історичного розвитку країн (що, в свою чергу, сформувало відповідний тип ділової культури та визначило основні особливості поведінки в бізнесі), стан бізнес-середовища, мотивація, механізми регулювання та певні інституції. Саме ці чинники визначили формування трьох моделей діяльності бізнес-асоціацій: американську, континентальну (європейську) та азійську (японську) [4]. *Континентальна (європейська) модель* максимально формалізована, передбачає розробку чітких вимог до фірм-членів, їх прав та обов'язків; *американська модель* орієнтована на стимулювання активності членів асоціації, характеризується більш відкритим стилем керування, гнучким реагуванням на кризові ситуації, прагматичнішим підходом до вирішення нагальних питань; *азійська модель*, у свою чергу, передбачає чітку ієрархічну систему керування бізнес-асоціацією, відсутність ротацій посадових осіб [10, с. 1—2].

Незважаючи на зазначені відмінності, для всіх моделей типовими напрямками взаємодії бізнес-асоціацій з урядами в сфері *розвитку міжнародної економічної діяльності* є:

- участь у розробці державних політик та стратегій;
- сприяння вдосконаленню нормативно-правової бази міжнародної економічної діяльності;
- участь представників бізнесу у міжнародних дво- та багатосторонніх переговорах з економічних питань;
- сприяння просуванню національного експорту та виробництва на світові товарні та регіональні ринки;
- сприяння розвитку та підвищенню конкурентоспроможності експортного виробництва;
- участь у вдосконаленні тарифного та нетарифного регулювання експортно-імпортних потоків;

— участь у захисті національних товаровиробників на внутрішньому та зовнішньому ринках шляхом застосування торговельних заходів захисту ринків (антидемпінгових, компенсаційних та спеціальних захисних);

— розвиток форм та методів комерційної дипломатії.

Слід зазначити, що масштаби, динаміка та конкретні механізми реалізації цих напрямків залежать від рівня інституціоналізації відносин підприємництва та урядів конкретних країн.

Поширені в англомовних країнах світу асоціації англо-американського типу є такими групами інтересів, які об'єднуються на добровільній основі і не мають постійного, встановленого законом статусу і зобов'язань, у них відсутній механізм організації інтересів членів групи, територіальні і функціональні ознаки об'єднання підприємств в асоціації і федерації змішуються, немає чіткої ієрархічної структури представництва — підприємства можуть приєднуватися відразу до головної організації, а можуть паралельно оформляти своє членство і в ній, і в галузевій асоціації, яка в неї входить. Головним своїм завданням бізнес-асоціації цього типу декларують захист інтересів своїх членів у відносинах з державою, а не розробку і реалізацію певної політики спільно з державними інстанціями та надання технічної допомоги і ділових послуг своїм членам.

Так, у Сполучених Штатах Америки відносини підприємницьких об'єднань та уряду чітко не визначені, однак реально існують на рівні особистих контактів з урядовцями і політиками. Безпосереднє представництво інтересів бізнесу в уряді може бути розцінено як факт корупції, тому безпечнішим є лобіювання ззовні. Разом з тим, уряд США в своїй політиці чітко орієнтується на вимоги асоціацій, особливо підприємницьких, кількість яких у країні сягає за різними джерелами 3—3,5 тис.

Найбільшими та найвпливовішими підприємницькими асоціаціями США є Національна асоціація промисловців та Торговельна палата. Перша заснована у 1895 р. Вона об'єднує понад 75 % компаній США та відіграє провідну роль у політичному та економічному розвитку США. Понад 20 постійних комітетів асоціацій, а також ціла низка регіональних центрів розробляють рекомендації з багатьох стратегічних питань та поточних проблем, що є сферою безпосередньої діяльності державного апарату США (зовнішня політика, економічні позиції країни та прогнозування, міжнародна економічна діяльність, торгова політика, оподаткування, соціальні питання тощо).

У сфері побудови взаємовідносин між бізнесом та урядом Торгова палата США здійснює такі основні функції:

— формує *законодавчі позиції* ділових кіл з широкого спектру питань соціально-економічного розвитку;

— здійснює *всебічний вплив на державні органи* з метою перетворення законодавчих позицій у складові державної політики;

— забезпечує *різні форми взаємодії ділових кіл з урядовцями та законодавцями*;

— *збирає та аналізує дані щодо поточної та перспективної діяльності уряду, парламенту, судових інстанцій тощо*;

— *оперативно інформує своїх членів* — компанії, асоціації підприємців та індивідуальних бізнесменів про всі зміни в державній політиці, які прямо чи опосередковано стосуються їх підприємницьких інтересів [8].

Члени Палати постійно отримують велику кількість різноманітних інформаційних матеріалів (бюлетені, меморандуми, доповіді, аналітичні звіти тощо), які готуються як співробітниками, так і незалежними експертами. З іншого боку, позиція кожного члена враховується шляхом проведення телеконференцій, внутрішніх референдумів з актуальних або спірних питань, результати яких стають офіційною позицією Палати у взаємовідносинах з урядом.

Сучасні американські бізнес-асоціації характеризуються впливовістю, здатністю пристосовуватися до змін, прагматичним лідерством, чіткою сегментацією

інтересів, прагненням до статусу «прискорювача змін», демократизмом та децентралізованим управлінням, добровільною, а не нав'язаною урядом, реакцією на виникаючі проблеми і постійно зростаючі вимоги в сфері торгово конкурентної, промислової, структурної, валютної політик та міжнародних економічних відносин в цілому.

Про розвиток асоціацій у США свідчать наступні дані: на сьогоднішній день налічується майже 150 тис. різноманітних асоціацій, що представляють практично кожен професію, галузь, хобі, інтерес тощо; 90 % дорослих американців належать хоча б до однієї асоціації, а 25 % — до чотирьох і більше асоціацій; щорічно в США виникає близько 1000 нових асоціацій; чисельність найманого персоналу асоціацій становить 295 тис. осіб; американські асоціації щорічно витрачають 5,6 млрд дол.; практично всі асоціації (95 %) випускають періодичні видання, 39 % — видають книги; 95 % асоціацій пропонують своїм членам власні освітні програми; 75 % асоціацій проводять галузеві дослідження або займаються збором статистичних даних, які часто є унікальними і не можуть бути отримані з інших джерел, тому і бізнес, і уряд дуже зацікавлені в них [10].

Континентально-європейський тип бізнес-асоціацій носить більш корпоративний характер. Його рисами є: наявність встановленої законом сфери діяльності; чіткіше розмежування функцій між асоціаціями, що виконують різні завдання; обмеження конкуренції і суперництва між ними; логічно витриманий принцип приєднання дрібніших асоціацій до об'єднуючої їх крупної структури; високий ступінь формальної участі в роботі державного апарату, що формує політику в областях, які стосуються бізнесу. Характерною рисою національних систем організації приватного бізнесу в цьому випадку є їх чітка організаційно-правова структура, увінчана, як правило, головними («зонтичними») об'єднаннями. Типовим у цьому контексті є приклад Федеративної Республіки Німеччини, де функціонують:

- Союз німецької промисловості (об'єднує 34 галузеві асоціації);
- Союз промислово-торговельних палат Німеччини (83 регіональних і місцевих палати);
- Центральна асоціація німецьких ремісників (65 регіональних ремісничих палат).

Головною організацією союзів і об'єднань підприємств Німеччини є Федеральний союз німецької промисловості (ФСНП), що об'єднує не окремих керівників великих промислових підприємств, а 35 потужних галузевих союзів і асоціацій країни. Представники ФСНП є постійними членами різних консультативних органів у міністерствах економіки, фінансів, оборони й інших, приймають участь у нарадах, «круглих столах», слуханнях, де мають можливість висловити свою позицію, яка обов'язково враховується при формуванні економічної політики уряду. Президент ФСНП регулярно зустрічається з федеральним канцлером Німеччини, подаючи своє бачення тих або інших економічних проблем. Таким чином, ФСНП здійснює цивілізовану лобістську діяльність в інтересах своїх членів.

До ключових функцій *Торговельно-промислової палати ФРН* належать: інформування державних структур про потреби і вимоги підприємництва; інформування своїх членів щодо поточних питань економічної політики; надання інформації про ринки, ведення маркетингу через мережу своїх зарубіжних відділень; проведення в широких масштабах професійного навчання (освітніх програм, семінарів); надання консультацій і послуг з питань технології, підбір експертів; винесення кваліфікованих висновків з питань стандартизації продукції; інформаційне обслуговування інвесторів; пошук комерційних партнерів у сфері промислової кооперації, оптової торгівлі, продажу підприємств, постачань вторинної сировини; публікація відомостей про комерційні контракти; здійснення кредитних гарантій для малих і середніх підприємств тощо.

В умовах інтернаціоналізації господарської діяльності дуже важливу роль у включенні малих та середніх підприємств країни у транснаціональні інфраструк-

турні мережі відіграє Федеральний союз середнього підприємства (ФССП), в який входить понад 50 тис. фірм. Крім того, з ним асоціюється 41 професійна та галузева організація. Союз має у своєму розпорядженні федеральну мережу у складі понад 100 господарських відділень.

Для стимулювання та підтримки міжнародної діяльності своїх підприємств ФССП зосереджує свою діяльність на трьох ключових напрямках:

- пошук та налагодження контактів з партнерами по кооперації, що здійснюються в співробітництві з партнерськими організаціями Союзу в інших країнах (пошук та обробка інформації про бізнес-середовище відповідних зовнішніх ринків; сприяння встановленню контактів між фірмами через міжнародну біржу ФССП; практична підготовка та організація зустрічей між представниками німецьких фірм та зарубіжними партнерами як у Німеччині, так і в інших країнах світу);

- залучення експертів у країнах-партнерах (підтримка функціонування створеної експертної мережі за кордоном, яка спільно з національною експертною системою за прийнятну плату обслуговує членів Союзу, консультуючи їх з юридичних, податкових, загальноекономічних питань тощо);

- організація консультаційних послуг у таких сферах, як збут, фінансування, зовнішня торгівля, міжнародний маркетинг (надання відомостей про зарубіжних партнерів, проведення маркетингових досліджень, організація семінарів з експорту, відкриття філій та управління ними за дорученням).

Необхідно зазначити, що Німеччина є лідером за кількістю функціонуючих бізнес-асоціацій — 5—7 тис. за різними оцінками. Хоча вони і розглядаються як органи самоврядування в приватному підприємстві, найбільші з них впливають на процес розробки державної політики. Так, участь експертів із зацікавлених професійних союзів і асоціацій у формуванні економічної політики передбачено «Єдиним положенням про федеральні міністерства». Можливість проведення в парламентських комітетах публічних слухань «експертів і представників інтересів» встановлює «Регламент діяльності німецького бундестагу». Діє також закон, прийнятий у 1972 році, який передбачає оприлюднення «лобістського списку», в якому вказуються всі союзи, асоціації, об'єднання, що отримали офіційний доступ до урядових і парламентських структур [12].

В *Австрійській Республіці* участь підприємств у професійних самоврядних організаціях є обов'язковою. До того ж, всі галузеві союзи взаємодіють з владними структурами тільки через Палату економіки Австрії (ПЕА), яка є головною організацією 9 земельних палат економіки в Австрійській Республіці. Палати створені і діють у відповідності з законом про палати економіки (остання редакція від 1998 року). Членство в них є обов'язковим для всіх юридичних осіб і індивідуальних підприємців, що зайняті в народному господарстві, за винятком сільського, лісового і водного господарства, а також осіб вільних професій. Фірми з іноземною участю, зареєстровані на території Австрії, також є членами палати. ПЕА представляє загальні інтереси своїх членів перед органами державної влади і соціальними партнерами (профспілками і Робочою палатою), є суб'єктом публічного права, незалежна від держави, але за її дорученням виконує низку державних функцій. Це, зокрема, організація професійної підготовки та атестація кадрів і представлення економічних інтересів країни за кордоном.

Кожний підприємець входить у склад відповідної галузевої групи на рівні федеральної землі, а також у галузевий союз на національному рівні. Галузева група окремої землі та галузевий союз усієї країни представляють інтереси своїх членів тільки в царині питань, які належать до даного виду професійної діяльності. ПЕА має право законодавчої ініціативи і експертизи проектів усіх законів та розпоряджень уряду, що стосуються питань економічного розвитку. Загальна кількість палат у конкретному географічному регіоні є обмеженою [5].

У Франції сформувалась система безпосередньої взаємодії між бізнесом та урядом. Об'єднання продуцентів та експортерів суттєво впливають на регулювання внутрішнього ринку та підвищення конкурентоздатності на світових ринках. Так, Національна Рада французьких підприємців представляє інтереси майже 900 тис. фірм із загальною чисельністю зайнятих понад 6 млн осіб. Галузеві інтереси захищають понад 450 бізнес-асоціацій виробників або експортерів. Пріоритетом діяльності Генеральної конфедерації малих та середніх підприємств (20 відділень та 500 працюючих) є сприяння експорту шляхом знаходження зарубіжних партнерів та допомога в його фінансуванні. Також розвитку французького експорту допомагають майже 180 бюро з розширення експорту в 125 країнах світу (загальна кількість працюючих у них понад 1500 осіб).

В Швейцарії найбільшими є галузеві об'єднання та союзи роботодавців — Торговельно-промисловий союз та Центральний союз організацій швейцарських роботодавців. Діяльність Торговельно-промислового союзу (заснованого у 1870 р.) охоплює практично всі важливі сфери економічної політики Швейцарії. За обсягом функцій та напрямками діяльності, участю в міжнародних справах та впливу на формування зовнішньої та внутрішньої політики він є фактично «тіньовим урядом». Представники ТПС, як правило, беруть участь у міжнародних переговорах та в діяльності міжнародних організацій, а рекомендації Союзу утворюють основу економічної та зовнішньоторговельної політики країни [6].

Подібний до континентально-європейського тип підприємницьких об'єднань укорінився і в Японії. На сьогодні вважається, що японська модель співпраці уряду та бізнесу є чи не найефективнішою в світі: політика уряду спрямована на підтримку компаній-гігантів (міжнародних корпорацій), які концентрують основний потенціал фінансово промислових та торговельних корпорацій і фірм країни, а тому визначають економічну політику держави. В Японії функціонують чотири розгалужені підприємницькі союзи: Федерація економічних організацій Японії (Кейденрен) — об'єднання 700 великих корпорацій та понад 100 бізнес-асоціацій; Асоціація підприємницьких організацій Японії (Никкейрен), Японська торговельно-промислова палата (Ніссе) і Асоціація корпоративних керівників (Кейдзай доюкай). Кожна з них має свою «спеціалізацію». Для вирішення конкретних завдань в японських підприємницьких союзах створюються спеціалізовані комітети і комісії, в які входять представники зацікавлених підприємств, а також обслуговуючі їх апарати, які формуються на конкурсній основі, у Кейденрені існують понад 60 таких комітетів, проте число постійних службовців складає лише близько 200 осіб, тому що представники банків і корпорацій широко залучають до роботи дослідницькі структури, що збирають і аналізують необхідну для ухвалення рішень інформацію.

Підприємницькі союзи мають великі бюджети, що формуються за рахунок членських внесків та спонсорської допомоги. Вони виступають ініціаторами таких необхідних для підприємців заходів, як проведення крупних виставок, розробка масштабних економічних проектів, сприяння розвитку виробничої кооперації, впровадження нової технології і ефективних методів управління підприємствами, скоординована інформаційно-пропагандистська робота. Не володіючи правом вносити до парламенту власні законопроекти, японські підприємницькі союзи здатні, проте, у багатьох випадках ініціювати ухвалення одних законів і сприяти відхиленню інших, тобто діяти як ефективні групи тиску. Їх пропозиції не раз приводили до істотних змін в урядовій політиці. Так, на початку 80-х років вони стали ініціаторами адміністративних реформ, на початку 90-х — вплинули на розробку законопроектів про політичну реформу. Представники союзів є учасниками, а нерідко і керівниками різних консультативних рад при прем'єр-міністрові і міністерствах, де готуються рекомендації щодо змін законодавства та вдосконалення системи управління. Фактично через безпосередню взаємодію між «великою четвіркою» та урядом, виробляється економічна політика країн, яка максимально враховує корпора-

тивні інтереси фірм, що визначають міжнародну конкурентоспроможність Японії. У арсенал засобів тиску, які застосовуються бізнес-асоціаціями Японії при лобіюванні інтересів своїх членів, входять:

- розробка і представлення в урядові органи колективної позиції з обговорюваного питання;
- виклад своїх вимог політичним партіям;
- участь у консультативних органах, що формуються урядом або за рішенням парламенту для розробки рекомендацій з даного питання;
- спільна з представниками уряду участь у переговорах із зарубіжними партнерами при обговоренні зовнішньоекономічних проблем;
- здійснення різноманітних форм особистих контактів і зв'язків керівників підприємницьких організацій з впливовими політиками і урядовими діячами.

При лобіюванні важливих питань японські підприємницькі союзи зазвичай виступають єдиним фронтом, розподіляючи між собою сфери діяльності та впливу. Їх пропозиції нерідко звучать як «заяви про наміри» — публічний вираз поглядів провідних діячів ділового світу, що фактично має характер зондування і переслідує мету поступової підготовки громадської думки до змін у політиці уряду. Експерти вважають, що за ступенем організованості і силі суспільного впливу «велика четвірка» японських підприємницьких союзів змагається з підприємницькими організаціями ФРН, які в цьому відношенні можуть по праву вважатися зразком для бізнес-об'єднань решти країн Західної Європи [5].

Практика врахування інтересів представників бізнесу існувала і в дореволюційній Росії: урядові установи передавали відповідній галузевій спілці на експертизу проекти законів та нормативних актів. Одержавши відзив, відомство доопрацьовувало документ і скликало нараду за участю чиновників і представників спілки, де обговорювались всі висунуті пропозиції та шляхи їх врахування у законодавчих актах. Завдяки цьому підприємницькі об'єднання мали великий вплив на трудове, податкове, митне законодавства, які створювались тільки за участю союзів і асоціацій виробників.

Сьогодні об'єднання товаровиробників створені практично в усіх галузях економіки Росії, проте в багатьох з них вони нерідко дублюють один одного, діючи неузгоджено, відкрито конкуруючи між собою. В результаті цього органи влади ігнорують їх думку, а підприємства не розуміють, яке з об'єднань повинно захищати їх інтереси. Цим, згідно висновків російських фахівців, у великій мірі можна пояснити те, що збільшення числа галузевих промислових союзів поки що не спричинило зростання їх впливу на економіку. Серед причин невисокої ефективності діяльності некомерційних об'єднань експерти виділяють дві [12].

По-перше, так звану «відірваність надбудови від базису». Діяльність багатьох російських промислових об'єднань лише відносно пов'язана з тими завданнями, які стоять перед їх членами. Керівники підприємств, що вступили в об'єднання, в основному опікуються поточними справами і не уявляють, які конкретно завдання можна ставити перед такою структурою. З бізнес-асоціаціями вони часто взагалі не співпрацюють, а лобіювати інтереси свого підприємства намагаються самостійно, налагоджуючи особисті контакти з представниками органів федеральної і регіональної влади. В результаті асоціативне об'єднання поступово віддаляється від своїх засновників і починає жити своїм життям. Це стає основною причиною слабкості союзів і, як наслідок, — самих галузей.

По-друге, певну «правову безпритульність». Справа в тому, що ні владні структури, ні самі підприємства не мають усталених навичок взаємодії з громадськими об'єднаннями товаровиробників. Міністерства і відомства, як правило, вважають їх конкурентами, які намагаються позбавити їх повноважень. Тому органи влади, декларуючи на словах необхідність участі союзів у процесі прийняття рішень, насправді їх майже ігнорують.

Саме відсутність законодавчої бази, що регламентує участь союзів у прийнятті рішень в економічній сфері, більшою мірою визначає одне з головних завдань об'єднань товаровиробників — вони повинні ініціювати і підтримувати нові законодавчі акти, які безпосередньо торкаються інтересів підприємств, що їх заснували. Союзи мають можливість формувати спеціальні експертні групи, праця яких може оплачуватися за рахунок цільових внесків підприємств. Отже, участь у законотворчому процесі має стати важливим напрямком діяльності професійних об'єднань.

В Україні об'єднання підприємців почали виникати 6—8 років тому. Це відбувалося незалежно від світового досвіду і мало в основі дещо інші причини. Більше того, виникнення бізнес-асоціацій було продиктованим реальною необхідністю. Реструктуризація економіки та перерозподіл власності, нестабільність та стихійний розвиток ринку, ще остаточно несформоване та запутане законодавство не забезпечували на той час ефективного управління економікою, не розосереджували власності серед потенційних власників саме з середовища малих підприємств. За цих умов виникала необхідність консолідації місцевих регіональних та корпоративних об'єднань підприємств у такі громадські об'єднання, які змогли б чітко сформулювати вимоги і відстоювати власні інтереси [9].

Сьогодні в Україні загальне число офіційно зареєстрованих бізнес-асоціацій коливається від 400 до 500 (за даними проекту БІЗПРО). Проте не всі зареєстровані асоціації є дійсно працюючими, оскільки деякі з них були створені на помилкових принципах, вказівках «згори», під вибори, для отримання гранту тощо. Тому можна стверджувати, що кількість дійсно працюючих бізнес-організацій не перевищує 200. Цілком очевидно, що лише незначна частина українських підприємців є членами таких організацій. Підприємці не вступають до професійних асоціацій або об'єднань підприємців, за результатами того ж дослідження, з наступних причин [9]:

- підприємці не отримують практичної підтримки (53 %),
- немає часу брати участь у роботі такого об'єднання (37 %),
- проблеми підприємців не було почуто (31 %),
- підприємці не знають про відповідні асоціації (25 %),
- асоціації не відстоюють інтереси членів (18 %),
- врешті, їх відштовхують занадто високі членські внески.

Незважаючи на таку досить невелику кількість асоціацій в Україні, відсутність інформації про них і небажання підприємців вступати до таких організацій, існують об'єднання підприємців, що дійсно функціонують та надають їм істотну допомогу. Серед основних причин, які впливають на рішення стати членом бізнес-асоціації, підприємці зазначають наступні: можливість представлення і захисту своїх інтересів, встановлення ділових контактів та отримання доступу до інформації. В Україні найбільш критична ситуація з інформацією склалася в містах, віддалених від столиці та обласних центрів, де спостерігається справжній інформаційний вакуум. Часто отримати нову інформацію можна, тільки звернувшись до бізнес-асоціацій, які інколи є єдиним елементом інфраструктури підтримки МСП у малих містах [3].

Бізнес-асоціації в Україні, так само, як і в інших країнах, намагаються сприяти розвитку окремих підприємств — членів бізнес-асоціацій, відстоювати їх інтереси на різних рівнях; розповсюджувати інформацію та знання; створювати сприятливе середовище для розвитку підприємництва та загалом підвищувати імідж підприємництва.

Найбільш масштабними та успішними об'єднаннями підприємств в Україні є Рада національних асоціацій товаровиробників при Кабінеті Міністрів України (входить більше 50 організацій та підприємств), Український союз промисловців та підприємців (об'єднує понад тридцять вісім тисяч представників усіх галузей економіки та форм власності — промислових корпорацій та підприємців малого і середнього бізнесу, провідних експортерів та імпортерів), окремі галузеві асоціації та Торгово-промислова палата (членами є понад 8 тисяч підприємств та фірм різних форм власності).

Позитивна роль бізнес-асоціацій у сприянні розвитку сектору МСП не викликає сумніву, але бізнес-асоціації в Україні як організаційні структури потребують зміцнення, розбудови та професійного ставлення. Це пояснюється тим, що термін існування таких організацій в Україні не перевищує навіть п'яти років, лише кілька асоціацій (до 10 з 200) можуть похвалитися 10-річним строком існування. Крім того, асоціації діють за умов недостатньої обізнаності з власним законодавчим статусом і законними можливостями збільшити свої звільнені від оподаткування надходження. Це, в свою чергу, перешкоджає поліпшенню якості та збільшенню кількості послуг, які надають бізнес-асоціації.

Нині асоціації тримаються лише на ентузіазмі людей, котрі їх очолюють, або на зовнішньому фінансуванні, яке не може бути тривалим і достатнім. Асоціаціям необхідна підтримка, але й вони повинні працювати більш ефективно та професійно. Це стане істотним кроком у розбудові сектору бізнес-асоціацій в Україні та перетворення їх на організації, які будуть очолені професіоналами, що значно підвищить їх роль у сприянні розвитку малого та середнього підприємництва [9].

Світова практика свідчить, що бізнес-асоціації є не тільки ефективною формою самоорганізації ділового співтовариства, а й можуть з успіхом досягати статусу рівноправного партнера у взаємовідносинах бізнесу та уряду. Це особливо актуально для країн з перехідною економікою, в яких традиції активної участі суб'єктів підприємницької діяльності у формуванні цивілізованих прозорих, конкурентних ринкових відносин знаходяться у стадії формування. У таких країнах, враховуючи інтенсивні процеси їх інтеграції у світову економіку, зокрема у глобальну торгову систему СОТ, бізнес-асоціації мають стати інституціональною складовою економічного розвитку, ключовим компонентом національної системи підтримки розвитку міжнародної економічної діяльності, органічним елементом національної системи комерційної дипломатії, каталізатором розвитку громадянського суспільства.

### Література

1. Чижиков Г. Д. Национальные бизнес-ассоциации в условиях интеграционной экономики в мировое хозяйство: Монография/ МОН Украины. Донецкий гос. ун-т экономики и торговли им. М. И. Туган-Барановского. — Донецк: Норд-Пресс, 2006. — 284 с.
2. Бізнес та державна влада. Діалог / За ред. К. Ляпіної та Д. Ляпіна. Інститут конкурентного суспільства. — К., 2006—2007. — 384 с.
3. Ляпін Д. В. Бізнес-асоціації в Україні: оцінка спроможності і перспективи розвитку. — К.: Інститут конкурентного суспільства; Український незалежний центр політичних досліджень, 2005. — 48 с.
4. Walter Schaw, CAE, «International Handbook on Association Management», ASAE, 1998, p. 6.
5. Strategic Review on Association Development: International Trends, Issues and Options. Updated: January 2006. Author: Mr. Terrance A. Barkan. AGS — Association Global Services. [www.agshq.com](http://www.agshq.com)
6. Сікора І. Лобізм у трикутнику бізнес-уряд-парламент. Практика «тіньового» та цивілізованого лобіювання. — Професіонал. — №2. — 1998. — С. 14—18.
7. Сахаров Н. А. Лоббизм в системе политических функций. — Деловые связи. — 2000. — №2. — С. 4—7.
8. Офіційний сайт Торговельної палати США — [www.uschamber.com/](http://www.uschamber.com/)
9. Офіційний сайт Закарпатського Фонду Підтримки Підприємництва - ТЕС Фонд — <http://www.tes.org.ua>
10. Офіційний сайт журналу «Рейтинг» — <http://www.dynasty.lviv.ua>
11. Офіційний сайт російського об'єднання підприємців — <http://www.smb-support.ru>
12. Офіційний сайт будівельної палати України — [www.budpalata.com.ua/](http://www.budpalata.com.ua/)
13. Офіційний сайт центру тренінгу та консалтингу — <http://strategs.com>

Надійшла до редакції: 26.12.2007